

CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN

(Analisis Semiotika Roland Barthes iklan Shopee 11.11 Big Sale)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Oleh :

Delvi Ni'matul Mutoharoh

(201710040311094)

Dosen Pembimbing:

Nurudin M.Si

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big Sale)

Diajukan Oleh :

Delvi Ni'matul Mutoharoh
201710040311094

Telah disetujui
Rabu / 15 November 2023

Pembimbing I


Nurudin M.Si.

Wakil Dekan I



Najamuddin Khurur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

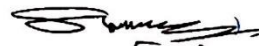
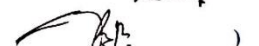

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Delvi Ni'matul Mutoharoh
201710040311094

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 15 November 2023
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno, M.A. ()
2. Jamroji, M.Comms. ()
3. Nurudin M.Si. ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khairul Rifal, S.P., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Delvi Ni'matul Mutoharoh
NIM : 201710040311094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big sale)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 1. November 2023

Yang Menyatakan,



Delvi Ni'matul Mutoharoh



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e//FISIP-UMM/(~~10~~)/2023)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Delvi Ni'matul Mutoharoh
No. Induk Mahasiswa : 201710040311094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big sale)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 1, November 2023

Dosen Pembimbing

(Nurudin M. Si.)



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e//FISIP-UMM/()/(2023)

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Delvi Ni'matul Mutoharoh
NIM : 201710040311094
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester .13 tahun akademik ~~2023/2024~~ dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 1, November 2023

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (pusing)
F: +62 341 860 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (pusing)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tigomas No. 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (pusing)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Oleh:

Nama : Delvi Ni'matul Mutoharoh

NIM : 201710040311094

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 1 November 2023

Pembimbing I/Promotor

Nurudin M. Si.

NIP. 10397060341

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 253 (Hunting)
F +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P +62 341 521 149 (Hunting)
F +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 318 (Hunting)
F +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari ini Rabu, 1 Desember 2021 telah diselenggarakan Seminar Proposal oleh:

Nama lengkap : Delvi Ni'matul Mutoharoh
NIM : 201710040311094
Progam Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Citra Perempuan dalam Iklan
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big Sale)

Dihadiri oleh :


Dosen Pembimbing : Nurudin M.Si.
Dosen Penguji : Sugeng Winarno, MA.

Dan sejumlah mahasiswa sebanyak 31 orang (presensi terlampir)

Dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Malang, 6 September 2023

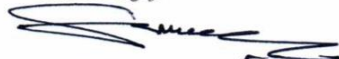
Dosen Pembimbing



Nurudin M.Si
NIP. 10397060341

Mengetahui,

Dosen Penguji



Sugeng Winarno, MA
NIP. 10399110354

Ketua Progam Studi



Nasrullah M.si
NIP. 10303090338

BERITA ACARA BIMBINGAN

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

Nama lengkap : Delvi Ni'matul Mutoharoh
NIM : 201710040311094
Progam Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Citra Perempuan dalam Iklan
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big Sale)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf Dosen Pembimbing
20-10-2021	Pengajuan Judul Skripsi	
26-10-2021	Acc Judul Skripsi	
4-11-2021	Revisi Bab 2	
19-11-2021	Acc Seminar Proposal	
31-12-2021	Seminar Proposal	
8-3-2023	Acc Bab 4, 5, 6	
5-9-2023	Acc Sidang Proposal Skripsi	

Malang, 6 September 2023

Disetujui
Pembimbing



Nurudin M.Si

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Delvi Nimatul M.
NIM : 201910040311094

Hasil Plagiasi : 5/9 20/10 25/10

BAB I	57	11		
BAB II	79	23	17	
BAB III	79	22	17	

BAB IV	6			
BAB V	20			
BAB VI	12			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 25 Oktober 2023
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

ABSTRAKSI

CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN

(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big Sale)

Delvi Ni'matul Mutoharoh

Email :

Delvi9465@gmail.com

ABSTRAKSI

Delvi Ni'matul Mutoharoh, 201710040311094, CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big Sale), Prodi Ilmu Komunikasi FISIP. UMM. Pembimbing: Nurudin, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra perempuan dalam iklan Shopee 11.11 *Big sale* berdasarkan teori Semiotika Roland Barthes. Sebagian besar saat ini iklan banyak menghadirkan tokoh perempuan sebagai model dalam iklannya, karena memiliki daya tarik tersendiri pada tayangan iklan. Sehingga citra perempuan menjadi beragam dan akan memunculkan eksploitasi perempuan sebagai objek seksual berdasarkan cara berfikir stereotipe atau penilaian terhadap seseorang hanya berdasarkan persepsi terhadap dimana kelompok orang tersebut dapat dikategorikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa kualitatif deskriptif dengan mengkaji perspektif semiotika dengan melihat kode, tanda- tanda atau makna yang ada didalam iklan Shopee 11.11 *Big sale*. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti citra perempuan pada iklan shopee 11.11 Big Sale menggambarkan bahwa citra seorang perempuan itu harus selalu tampil memikat, berperawakan ramping, berambut lurus dan panjang, mengenakan pakaian yang modis dan trendi, selalu tersenyum (ramah), dan selalu tampil percaya diri. Sehingga di masa yang akan datang dapat berkembang pandangan yang lebih proposional terhadap perempuan.

Kata Kunci: *Citra Perempuan, Semiotika, Iklan*

Malang, 6 September 2023

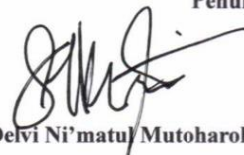
Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Nurudin M.Si

Penulis



Delvi Ni'matul Mutoharoh

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr. Wb. Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya melalui kesehatan, kemudahan dan jalan atas setiap langkah yang ditempuh. Pada akhirnya, peneliti dapat melaksanakan dan menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi, judul “CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big Sale)” Pengajuan Tugas Akhir Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penelitian ini, peneliti banyak mendapatkan pembelajaran yang bisa diambil, salah satunya pengenalan diri, yang mempengaruhi pendewasaan karakter peneliti, Proses penyusunan penelitian skripsi ini, membutuhkan waktu yang cukup panjang, ujian datang dari luar dan dari peneliti sendiri, harus beradaptasi dengan Covid-19, kemudian alhamdulillah mendapatkan rezeki untuk bisa mengandung dan melahirkan anak saya. Dukungan serta do'a orang tua, suami, saudara, teman, sahabat, Alhamdulillah penelitian Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan, dan menambah kedewasaan peneliti dalam menjalani kehidupan, bisa untuk pembelajaran hidup kedepannya. Semua itu bentuk pertolongan dan kebesaran dari tuhanmu Allah SWT. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rezeki, kesehatan, kelancaran, dan kemudahan dalam penyelesaian Tugas Akhir Skripsi yang peneliti lalui hingga saat ini.
2. Keluarga saya, orangtua almarhum bapak Muji Supriyo, ibu Suherni, suami tercinta Joni Pranata, anak solehku Ibrahim Zidan Alkautsar Pranata, anak solehaku Arsyila Mecca Almahira Pranata, terimakasih yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti tanpa menuntut banyak, berusaha memahami kondisi peneliti di tengah lelah dan gelisah dalam penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini. Tentu berkat dengan do'a yang telah dipanjatkan kepada Allah SWT.
3. Diri sendiri yang mampu bertahan dan berjuang selama ini, dalam proses yang tidak mudah untuk dilalui.

4. Bapak Nurudin M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing serta memberikan ilmu, dan memberikan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

5. Bapak Nurudin M.Si selaku wali kelas Ilmu Komunikasi- B 2017

6. Kepada seluruh Dosen dan staf Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

7. Kepada teman-teman kelas B Ilmu Komunikasi angkatan 2017, dan seluruh mahasiswa Ikom angkatan 2017, yang menjadi rekan dalam proses perkuliahan. Teman-teman serta sahabat yang

angkatan 2017, yang menjadi rekan dalam proses perkuliahan. Teman-teman serta sahabat yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu yang telah memberi dukungan dalam penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini.

8. Kepada Universitas Muhammadiyah Malang yang sudah menjadi tempat peneliti berproses, menjadi salah satu penduduk Indonesia yang beruntung dengan gelar S.Ikom. Peneliti berharap bisa menjadi sarjana yang bermanfaat, berkah untuk agama dan negara. Semoga semua kebaikan yang telah diberikan Bapak, Ibu dan rekan sekalian, semua yang terlibat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, dapat menjadi amal ibadah, serta mendapatkan ganjaran jauh lebih baik dari Allah SWT, selamat, berkah dunia dan akhirat nya Aamiin. Dengan itu segala bentuk kekurangan dalam penelitian ini, peneliti meminta maaf dan berharap adanya kritik dan saran yang dapat membangun serta menjadi referensi atau arah yang baru dalam penelitian serupa, semoga penelitian ini dapat menjadi informasi dan manfaat bagi pembaca.

Walaikumsalam, Wr. Wb.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN.....	ix
TANDA TERIMA PLAGIASI	x
ABSTRAKSI	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL GAMBAR	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Batasan masalah	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Citra	9
2.2 Citra Perempuan	10
2.3 Iklan.....	12
2.4 Iklan <i>Online</i>	15
Tabel 2.1 Contoh Gambar Iklan <i>Online</i> Shopee pada Youtube	18
Tabel 2.2 Macam Iklan dari Berbagai Produk di Youtube.....	21
2.5. Iklan Audio Visual.....	23
2.6 Shopee.....	25
Tabel 2.5. Analisis S.W.O.T Shopee Indonesia.....	27
2.7 Pendekatan Semiotik Model Roland Barthes	28
2.8 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2.8 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	31

BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Pendekatan Penelitian.....	36
3.2 Tipe Dasar Penelitian	36
3.3 Fokus Penelitian	37
3.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.5 Unit Analisis Data	37
3.6 Sumber Data	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data	38
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	40
4.1 Gambaran Iklan Shopee <i>Big sale</i> 11.11	40
4.2 Gambaran Citra Perempuan pada Iklan Shopee 11.11	42
Tabel 4.1. Gambaran Citra Perempuan pada Iklan Shopee 11.11.....	43
BAB V	45
ANALISIS DATA DAN PENYAJIAN	45
5.1 Analisis Data	45
Tabel 5.1 Gambaran <i>Scene</i> 1	46
Tabel 5.2 Gambaran <i>Scene</i> 2	48
Tabel 5.3 Gambaran <i>Scene</i> 3	50
Tabel 5.4 Gambaran <i>Scene</i> 4	51
Tabel 5.5 Gambaran <i>Scene</i> 4	53
Tabel 5.6 Gambaran <i>Scene</i> 6	54
5.2 Hasil dan Pembahasan.....	56
BAB VI.....	63
KESIMPULAN DAN SARAN	63
6.1 Kesimpulan	63
6.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR TABEL GAMBAR

Tabel 2.1 Contoh Gambaran Iklan <i>Online</i> Shopee pada Youtube.....	18
Tabel 2.2 Macam Iklan dari Berbagai Produk di Youtube.....	21
Tabel 2.6. Analisis S.W.O.T Shopee Indonesia.....	27
Tabel 2.8 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4.1. Gambaran Citra Perempuan pada Iklan Shopee 11.11.....	43
Tabel 5.2 Gambaran <i>Scene</i> 1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5.3 Gambaran <i>Scene</i> 2	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5.4 Gambaran <i>Scene</i> 3	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5.5 Gambaran <i>Scene</i> 4	Error! Bookmark not defined.
Tabel 5.6 Gambaran <i>Scene</i> 5	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Literatur

- Aisyah, S. Ali, Y. Sudarso, A. Sovianti, R. Sitanggang, F.A.O, Alfathoni, M.A.M. Hendra, Rosita, Y.D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Anitawati, M.T. & Apriliano, A. (2020). *Iklan YouTube dan Brand Awareness serta Pengaruhnya terhadap Minat Beli*. Jakarta: Universitas Bakrie.
- Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ega, R.W. (2015). *Mengemukakan Media Audio Visual*. Jakarta: Kata Pena.
- Fourqoniah, F. & Aransyah, M.F. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Hatta, H. & Khairunnisa, S. (2020). *Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Beli Pelanggan Bukalapak*. Jakarta Selatan: Universitas Bakrie.
- Rachman, A.K. (2018). Citra Perempuan dalam Iklan Televisi. *Alfabeta*. 1 (1): 28-37.
- Siregar, A., Pasaribu, R., & Prishatuti, I. (Eds.). (2000). *Eksplorasi Gender di Ranah Jurnalisme dan Hiburan*. Yogyakarta: LP3Y dan Ford Foundation.
- Sulistiyanti, S.R., Setyawan, F.X.A., & Komarudin, M. (2016). *Pengolahan Citra: Dasar dan Contoh Penerapannya*. Yogyakarta: Teknosain.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor. Ghalia Indonesia.

Jurnal

- Arzona, R.D., Gani, E., & Arief, E. (2013). *Citra Perempuan Dalam Novel Kekuatan Cinta Karya Sastri Bakry*. Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. 1(2): 104-110.
(<https://www.neliti.com/publications/118201/citra-perempuan-dalam-novel-kekuatan-cinta-karya-sastri-bakry>).
- Astiana, M. (2021). Peran Sikap dan Kemampuan Mengingat Iklan Online Terhadap Keputusan Pembelian Traveloka. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 18 (1): 53-69.
(https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrPph02VR9lKSMEwQ_LQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzMEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1696581047/RO=10/RU=https%3a%2f%2fwww.researchgate.net%2fpublication%2f349713773_Peran_Sikap_dan_Kemampuan_Mengingat_Iklan_Online_Te

rhadap_Keputusan_Pembelian_Traveloka/RK=2/RS=ZQJSTIVCQQ7sTY
ST3BWOObgoTvjE-).

Dewi, A.M. (2018). Pengaruh Iklan Online Melalui Instagram Terhadap keputusan Pembelian Bagi Peningkatan Penjualan produk Kuliner Lokal. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*. 3(10): 1-22.
(https://www.researchgate.net/publication/326917921_PENGARUH_IKLAN_ONLINE_MELALUI_INSTAGRAM_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_BAGI_PENINGKATAN_PENJUALAN_PRODUK_KULINER_LOKAL).

Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode S.W.O.T. *Jifotech (Journal Of Information Technology)*. 2(1): 6-10.
(https://www.researchgate.net/publication/359396298_Analisis_Sistem_E-Commerce_pada_Shoppee_untuk_meningkatkan_daya_saing_menggunakan_metode_SWOT).

Kusumawati, H.S. Rahayu, N.T. & Fitriana, D. (2019). Analisis Semiotika Model Roland Barthes Pada Makna Lagu “Rembulan” Karya Ipha Hadi Sasono. *KLITIKA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. 1(2): 105-116.
(https://www.researchgate.net/publication/346170918_ANALISIS_SEMIOTIKA_MODEL_ROLAND_BARTHES_PADA_MAKNA_LAGU_REMBULAN_KARYA_IPHA_HADI_SASONO).

Lestary, A.D., Warni, & Wulandari, S. (2022). Kode-Kode Narasi Semiotika Roland Barthes dalam Novel dari Jendela SMP Karya Mira Widjaja. *Kalistra*. 1(1): 1-8. (<https://online-journal.unja.ac.id/kal/article/view/18421>).

Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 13(2): 116-129.
(<https://www.neliti.com/publications/23468/iklan-yang-efektif-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran>).

Margahana, H. (2020). Analisis Pengaruh Iklan Online Terhadap Minat Beli: Studi Kasus Pengguna Aplikasi E-Commerce Di Oku Timur. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. 5(2): 145-154.
(<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1718056>).

Mubarokah, S. & Rita, M.R. (2020). Antecedent Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi. *International Journal of Social Science and Business*. 4 (2): 211-220.
(<https://www.semanticscholar.org/paper/Antecedent-Perilaku-Konsumtif-Generasi-Milenial%3A-Mubarokah-Rita/8aa605262b621cc4d25d20607a68d2ab69c10f4d>).

- Permana, F.P.W., Joni, I.D.A.S., & Pascarani, N.N.D. (2018). Konstruksi Citra Perempuan Dalam “Iklan Belvita Biscuit Versi Bunga Citra Lestari”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Medium*. 2(2): 1-6. (<https://erepo.unud.ac.id/id/eprint/26245/>).
- Pramesti, R.C., Mursityo, Y.T. & Rokhmawati, R.I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Iklan Media Sosial Youtube Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Iklan Ramayana Department Store. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 3(5): 4170-4177. (<https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/5155>).
- Pratama, Y.E., Sudarwati, & Istiqomah. (2019). Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee Di Surakarta Ditinjau Dari Kualitas Layanan, Online Customer Review Dan Kepercayaan. *Edunomika*. 3 (2): 445-453. (<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/665>).
- Pratiwi, H.A. (2015). Citra Perempuan Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Iklan Pond’s Flawless White 7 Days To Love-Versi 10 Menit). *Deiksis*. 7 (2): 91-106. (<https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Deiksis/article/viewFile/541/827%20pada%2026%20Oktober%202021>).
- Prasetyo, D.D., Yulianto, E. & Sunarti. (2016). Pengaruh Iklan Secara Online Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4g LTE). *Jurnal Administrasi Bisnis* 41(1): 170-174. (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1648>).
- Putri, A.N. (2014). Semiotika Iklan Audiovisual Suntory All Free. *Humanis: Journal of Arts and Humanities*. 6(3): 1-8. (<https://onsearch.id/Record/IOS2118.article-8362/Details>).
- Riwu, A. & Pujiati, T. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film 3 Dara (Kajian Semiotika). *Deiksis*. 10 (3): 212-223. (<https://core.ac.uk/download/pdf/322552582.pdf>).
- Santi, S. (2004). Perempuan Dalam Iklan: Otonomi Atas Tubuh atau komoditi. *Jurnal Komunikologi*. 1 (1): 20-31. (<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/4/4>).
- Santoso, E.D. & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. 13(1): 28-36. (<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/99>).
- Solikah, M. (2021). Citra Perempuan Dalam Iklan Produk Kecantikan Pemutih Wajah Dan Tubuh Di Televisi (Analisis Teori Kritis). *Jurnal Komunikasi*

dan *New Media (JKNM)*. 1(2): 16-26.
(<https://jurnal.undira.ac.id/index.php/jknm/article/view/101>).

Susiyannah, Y. (2019). Citra Perempuan Dalam Iklan Kecap Dimedia Massa. *Islamic Communication Journal*. 4 (1): 26-45.
(<https://journal.walisongo.ac.id/index.php/icj/article/view/3525/pdf>).

Wilandra, A.P. & Supratman, L.P. (2017). Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Representasi Potret Perjuangan Mahasiswa Pada Film “Di Balik 98”. *E-proceeding of Management*. 4(2): 1-12.
(<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9122>).

Yunita, D. Nazaruddin, A. & Nailis, W. (2019). Pengaruh Youtube Advertising terhadap Brand Awareness dan Purchase Intention. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. 7 (1): 36-46.
(https://www.researchgate.net/publication/334137942_Pengaruh_Youtube_Advertising_terhadap_Brand_Awareness_dan_Purchase_Intention).

Seminar

Darwis, A. & Ismail, T. (2018). Citra Perempuan Dalam Iklan Sabun Media Elektronik (Kajian Feminisme). *Seminar Nasional Dies Natalis UNM Ke 57*. Makassar: 9 Juli 2018. Hal. 71-79.
(<http://eprints.unm.ac.id/11285/1/Anugrah%20Dawis.%20Citra%20Perempuan.pdf>).

Lustyantie, N. (2012). Pendekatan Semiotik Model Roland Barthes Dalam Karya Sastra Prancis. *Seminar Nasional FIB UI*. Depok: 19 Desember 2012. Hal. 1-15. (<https://pps.unj.ac.id/publikasi/dosen/ninuk.lustyantie/16.pdf>).

Putri, A.S. & Zakaria, R. (2020). *Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital*. Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2020. Solo: 2 November 2020. Hal. 1-14.
(<https://idec.ft.uns.ac.id/wp-content/uploads/IDEC2020/PROSIDING/ID062.pdf>).